

ABSTRAK

PERANCANGAN *BRAND COMMUNICATION* MIHANE JEANS UNTUK MENINGKATKAN CITRA BRAND DAN LOYALITAS PASAR

Oleh:

Bayu Ari Prasetyo

1601200332

Perkembangan industri fashion di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, khususnya dalam tren denim yang kini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Salah satu brand denim lokal, Mihane Jeans, menghadapi tantangan dalam membangun citra brand yang kuat di tengah persaingan yang semakin kompetitif di sesama brand denim lokal. Meskipun memiliki potensi seperti produk berkualitas tinggi dengan karakteristik artisan dan penggunaan istilah teknis yang unik, Mihane Jeans belum mampu memaksimalkan strategi komunikasi brandnya di media sosial. Permasalahan ini berdampak pada rendahnya keterikatan audiens, ketidakjelasan posisi brand, serta kurangnya loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi *brand communication* yang efektif untuk membangun persepsi positif dan ikatan emosional antara brand dengan target audiens. Penelitian menggunakan beberapa metode yaitu, observasi, wawancara, dan kuesioner guna mengumpulkan data dan menganalisis data untuk merancang strategi komunikasi visual yang autentik dan relevan dengan citra brand Mihane Jeans. Sehingga dapat memperluas jangkauan dan mengoptimalkan keefektifan komunikasi dengan memanfaatkan berbagai media seperti sosial media dan media cetak. Selain untuk meningkatkan visibilitas Mihane Jeans, tetapi juga meningkatkan engagement dan loyalitas pada pasar yang lebih luas dan potensial.

Kata kunci: *brand communication*, media, citra brand, loyalitas pelanggan, denim lokal, Mihane Jeans.